

BAB I

PENDAHULUAN

1. Pandangan Umum

Dalam kondisi perekonomian yang sudah maju dewasa ini dan dengan adanya perkembangan dalam dunia usaha yang cukup menarik, maka makin banyak perusahaan yang didirikan dan barang-barang yang dihasilkan juga beraneka ragam. Hal ini terlihat dengan makin banyaknya perusahaan yang memproduksi bermacam-macam barang dengan menggunakan teknologi modern, sehingga terjadi persaingan antara perusahaan sejenis.

Oleh karena itu setiap perusahaan harus berusaha mempertahankan kedudukannya di pasaran. Dalam hal ini, perusahaan harus mempunyai atau memiliki pengetahuan yang cukup mendalam mengenai pemasaran, agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen serta dapat menghadapi para pesaing.

Dengan adanya persaingan yang semakin gencar ini, maka salah satu keputusan penting yang harus diambil oleh manajer pemasaran adalah keputusan di bidang saluran distribusi yang akan digunakan dalam usaha penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen, dimana keputusan yang diambil haruslah benar-benar efektif dan efisien.

Keputusan di bidang saluran distribusi perlu

dipertimbangkan secara matang oleh perusahaan, karena hal ini menyangkut kemampuan perusahaan dalam melayani dan memenuhi kebutuhan konsumen, serta kemampuan perusahaan dalam mencapai volume penjualan dan target penjualan yang telah ditentukan.

Upaya untuk menyalurkan barang dan jasa merupakan usaha untuk menanggulangi pemisahan antara produsen dan konsumen. Keputusan-keputusan tentang distribusi menyangkut keputusan optimal untuk mencapai konsumen sebagai pemakai akhir barang dan jasa tersebut. Aktivitas/proses penyaluran itu dilakukan oleh pelbagai perantara seperti perorangan, kelompok dan perusahaan. Jika lingkup distribusi semakin besar, maka aktivitas tersebut tidak mungkin ditangani oleh perseorangan atau satu perusahaan saja, tetapi sesuai dengan kemampuan distribusi itu sendiri, maka dibutuhkan suatu rentetan perusahaan yang bekerjasama dan membentuk suatu jalur pemasaran. Sedangkan hakekat distribusi adalah agar proses penukaran (exchange) barang dan jasa terlaksana secara efektif dan efisien.

2. Penjelasan Judul

Pada skripsi ini penulis memberi judul : "PERANAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN TEGEL PORSELIN "X" DI SEPANJANG". Yang penulis maksud judul tersebut adalah seba-

gai berikut :

- Peranan, artinya sesuatu yang memberikan pengaruh yang begitu besar atau penting artinya.
- Saluran distribusi, artinya lembaga-lembaga distribusi yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan barang-barang atau jasa dari produsen ke konsumen.
- Meningkatkan, artinya menaikkan, menambah.
- Volume, yaitu jumlah atau kuantitas barang.
- Penjualan, adalah transaksi berpindahnya barang dari penjual ke pembeli atau jumlah produk yang terjual periode tertentu.
- Perusahaan tegel porselin "X" Sepanjang, adalah nama badan usaha yang digunakan oleh penulis sebagai tempat untuk mengadakan penelitian.

Jadi maksud secara keseluruhan judul skripsi tersebut di atas adalah : salah satu hal yang penting artinya bagi suatu barang adalah lembaga-lembaga distribusi yang mempunyai kegiatan untuk menyalurkan barang-barang dari produsen ke konsumen dalam meningkatkan jumlah barang yang dijual oleh Perusahaan Tegel Porselin "X" di Sepanjang.

3. Alasan Pemilihan Judul

Pada saat ini situasi persaingan semakin ketat, dimana masing-masing perusahaan berusaha menarik konsumen sebanyak mungkin melalui pemenuhan kebutuhan

dan keinginan konsumen. Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut harus ditunjang oleh kegiatan-kegiatan pemasaran seperti pengembangan produk, penetapan harga, saluran distribusi, dan promosi.

Saluran distribusi merupakan alat untuk menggerakkan hak pemilikan barang dan jasa ke konsumen yang dituju, dimana perlu dipertimbangkan juga mengenai bentuk dan macam saluran, cara-cara penyaluran agar dapat sampai ke konsumen dalam keadaan baik dengan harga yang layak. Oleh karena itu penentuan saluran distribusi yang kurang tepat akan mengakibatkan kerugian, baik bagi pihak produsen maupun pihak konsumen.

Berdasarkan pertimbangan di atas, maka penulis memilih judul skripsi : "PERANAN SALURAN DISTRIBUSI DALAM USAHA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN TEGEL PORSELIN "X" DI SEPANJANG.

4. Tujuan Penyusunan

Tujuan penulis di dalam menyusun skripsi ini adalah :

- Untuk mengembangkan dan menerapkan pengetahuan teoritis yang pernah penulis peroleh, baik dari kuliah maupun dari literatur-literatur ke dalam suatu bentuk karya ilmiah, yaitu skripsi.
- Penulis ingin mencoba mengungkapkan masalah yang terjadi pada perusahaan tegel porselin "X" di Sepanjang

dan dengan kemampuan yang ada mencoba menyumbangkan pikiran, dengan harapan agar dapat bermanfaat bagi perusahaan tersebut.

- Untuk menambah koleksi bacaan di perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala sebagai bahan informasi tentang saluran distribusi yang banyak dihadapi perusahaan lain.

5. Sistematika Skripsi

Skripsi ini disusun dengan sistematika yang terdiri dari 5 (lima) bab, yaitu :

Bab I. Pendahuluan.

Merupakan pembahasan bab pendahuluan yang terdiri dari : pandangan umum, penjelasan judul, alasan pemilihan judul, tujuan penyusunan, sistematika skripsi dan metodologi yang dibagi dengan : permasalahan, hipotesa kerja, scope analisa serta prosedur pengumpulan dan pengolahan data.

Bab II. Uraian Teoritis Mengenai Saluran Distribusi.

Merupakan pembahasan tentang uraian teoritis mengenai saluran distribusi yang terdiri dari : pengertian dan hubungan marketing dengan saluran distribusi, jenis-jenis saluran distribusi, faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan saluran distribusi, menentukan banyaknya

penyalur, pengaruh saluran distribusi terhadap volume penjualan.

Bab III. Gambaran Umum dari Perusahaan Tegel Porselin "X".

Merupakan pembahasan mengenai gambaran umum tentang keadaan perusahaan tegel porselin "X" yang terdiri dari sejarah singkat perusahaan tegel porselin "X", struktur organisasi, proses pengolahan serta pemasaran hasil produksi.

Bab IV. Analisa dan Pemecahan Masalah.

Merupakan pembahasan mengenai pembuktian masalah, sebab masalah, akibat masalah, pemecahan masalah, pengujian hipotesa.

BAB V. Kesimpulan dan Saran.

Merupakan bab penutup dari skripsi ini dan berisi kesimpulan dari pendapat penulis atas dasar uraian pada bab-bab sebelumnya dan saran-saran tentang hal-hal yang mungkin berguna untuk lebih meningkatkan hasil perusahaan.

6. Metodologi

6.1. Permasalahan.

Pada dasarnya, produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut sudah memenuhi kebutuhan konsumen, baik

dari segi mutu (kualitas), maupun harganya ; selain itu promosi yang dilakukan sudah cukup baik. Tetapi pada beberapa tahun terakhir ini, perusahaan mengalami penurunan volume penjualan yang disebabkan karena kurang lebarnya saluran distribusi yang digunakan oleh perusahaan. Sehingga hasil produksinya tidak dapat dengan cepat dan tepat ke konsumen dan atau ke pengecer. Keadaan demikian dapat dimanfaatkan oleh pesaing, sehingga berakibat volume penjualan pada perusahaan mengalami penurunan. Hal ini bila tidak ditanggulangi dengan segera, maka akan sangat mengganggu kelangsungan hidup perusahaan.

6.2. Hipotesa Kerja.

Dengan bertitik tolak pada permasalahan tersebut, diduga jika dilakukan penambahan saluran distribusi, diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan. Sebab daerah yang semula belum terjangkau oleh produk yang dihasilkan oleh perusahaan tegel porselin "X", setelah dilakukan penambahan saluran distribusi dapat terjangkau.

6.3. Scope Analisa.

Dalam pembahasan skripsi ini tidak dibahas mengenai Marketing Mix secara keseluruhan, tetapi dibatasi hanya tentang saluran distribusi yang meliputi aspek penambahan saluran distribusi yang ada. Hal ini karena dari keempat kelompok aktivitas dalam Marketing

Mix, yang menjadi masalah perusahaan adalah saluran distribusi.

6.4. Prosedur Pengumpulan dan Pengolahan Data.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengumpulkan data dan mengolah data dengan cara :

6.4.1. Prosedur pengumpulan data.

- Studi kepustakaan (Library research).

Di dalam bidang studi kepustakaan ini, penulis mempelajari literatur-literatur yang berguna dan yang berhubungan dengan penulisan skripsi ini, dengan harapan penulis dapat memecahkan masalah yang dihadapi perusahaan tegel porselin "X".

- Survei lapangan (Field research).

Yaitu survei diadakan untuk mengetahui permasalahan secara keseluruhan. Hal ini dilakukan dengan mengadakan wawancara dengan pimpinan perusahaan untuk memperoleh gambaran secara lebih jelas mengenai permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan dan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini.

6.4.2. Prosedur pengolahan data.

Semua data yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dijalankan ini diolah dan disusun, kemudian dianalisa, baik secara kuantitatif maupun kualitatif, sehingga dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan yang relevan dan saran-saran dalam penulisan skripsi ini.

Di dalam menganalisa data, penulis menggunakan analisa

korelasi, dimana dicari korelasi antara jumlah Pedagang Besar di satu pihak dengan volume penjualan di lain pihak, untuk mengetahui apakah ada hubungan positif antara jumlah pedagang besar dengan volume penjualan dan kekuatan hubungan tersebut. Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan adanya korelasi antara dua perubah (variabel) tersebut adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n\sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n\sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

dimana :

r_{xy} = koefisien korelasi.

x = jumlah pedagang besar (merupakan variabel bebas).

y = volume penjualan (merupakan variabel terikat).

n = jumlah tahun selama evaluasi.

Batas-batas koefisien korelasi dapat ditentukan oleh :

$$-1 \leq r \leq 1$$

Tanda positif menyatakan bahwa antara variabel-variabel tersebut ada korelasi positif dan tanda negatif menyatakan bahwa ada korelasi negatif.

- Bila r berharga -1 : korelasi negatif sempurna.
- Bila r berharga $+1$: korelasi sempurna.
- Bila r berharga 0 : tidak ada korelasi.
- Bila r berharga -1 sampai dengan $+1$: korelasi tidak sempurna.